

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТР**

(освітній ступінь)

на тему: «Управління розробкою та реалізацією міжнародної маркетингової програми підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,  
групи 8.06.07.14.02,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Перець Н.О.

Керівник: к.е.н., доцент Гуржій Н.Г.

Рецензент: к.е.н. Товма О.А.

Харків – 2016 рік

## ВСТУП

Стрімка інтеграція економічного розвитку країн на ринкових засадах і глобалізація світової економіки призвели до підвищення ролі міжнародної маркетингової діяльності та значення розробки ефективної маркетингової програми на зовнішньому ринку. В умовах загострення конкуренції та ускладнення її механізмів на світовому ринку підприємства мають розробляти комплексну програму заходів маркетингу, для того щоб конкурувати з транснаціональними корпораціями, що сконцентрували у своїх руках значні фінансові, виробничі, науково-технічні ресурси і значну долю світової торгівлі. Тому тема магістерської дипломної роботи є актуальною і потребує подальшого вивчення.

Значний внесок у розробку досліджуваної проблеми зробили такі зарубіжні та вітчизняні автори як: С.С. Гаркавенко, Т. І. Лук'янець, Ю. Б. Миронов, Н.І. Норіцина, А. А. Оганесян, Є. В. Ромат, Дж. Россітер та ін. Проте ряд питань, зокрема формування маркетингової програми підприємства на зовнішньому ринку, потребують подальшого вивчення.

Об'єктом дослідження являється маркетингова програма підприємства на зовнішньому ринку.

Предметом дослідження є теоретичні засади управління формуванням та реалізацією маркетингової програми підприємства на зовнішньому ринку, методичні підходи до визначення ефективності міжнародної маркетингової програми підприємства та її бюджетування.

Базою дослідження обрано Державне науково-виробниче підприємство (ДНВП) «Об'єднання Комунар».

Метою магістерської дипломної роботи є визначення особливостей розробки та реалізації міжнародної маркетингової програми підприємства на та розробка заходів з удосконалення маркетингової програми ДНВП «Об'єднання Комунар» на зовнішньому ринку.

Для досягнення обраної мети було поставлено та вирішено наступні завдання:

розкрити сутність, визначити основні складові, принципи формування та функції маркетингової програми, що застосовується в діяльності підприємства;

визначити основні етапи процесу формування маркетингової програми підприємства;

дослідити особливості реалізації маркетингової програми підприємства на зовнішньому ринку;

проаналізувати фінансово-економічну та зовнішньоекономічну діяльність ДНВП «Об'єднання Комунар»;

визначити особливості маркетингової програми, що здійснюється підприємством на зовнішньому ринку;

розробити рекомендації щодо удосконалення процесу формування та реалізації маркетингової програми підприємства на зовнішніх ринках та розрахувати економічний ефект та ефективність від їх впровадження на підприємстві.

Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань магістерської дипломної роботи було використано такі методи як аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, абстрагування, оптимізація, метод факторного та кореляційно-регресійного аналізів, розрахунково-аналітичні методи.

В роботі було використано різноманітні інформаційні джерела, зокрема нормативні акти, праці вітчизняних та зарубіжних авторів та вчених, матеріали інтернет-ресурсів.

Теоретичне значення дипломної роботи полягає в детальному описі міжнародної маркетингової програми, аналізі її складових елементів, розгляді основних методів розрахунку бюджету маркетингової програми підприємства на зовнішньому ринку та визначенні особливостей їх застосування.

Практичне значення виконаної магістерської роботи полягає в розробці комплексу заходів щодо удосконалення формування та реалізації

маркетингової програми ДНВП «Об'єднання Комунар» з метою підвищення ефективності діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Магістерська дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, резюме, виконаного англійською мовою, висновків, списку використаних джерел і додатків.

У першому розділі магістерської дипломної роботи розкрито сутність та проаналізовано теоретичні засади та особливості формування маркетингових програм підприємств на зовнішньому ринку.

У другому розділі магістерської дипломної роботи оцінено фінансово-економічний стан ДНВП «Об'єднання Комунар» та проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

У третьому розділі запропоновані та обґрунтовані напрямки удосконалення процесу формування та реалізації маркетингової програми підприємства на зовнішньому ринку, що дасть можливість підвищити ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Резюме, що виконано англійською мовою, містить стислий зміст магістерської роботи.